



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UnICEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSOR ORIENTADOR Marcelo Godoy
ÁREA: Comunicação

Mídia On-line YouTube

RA: 2036622/8

Thiago Fernando Santos e Sant'Anna

Mídia On-line

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Prof . Marcelo Godoy

Brasília, maio de 2007

Mídia On-line

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Banca Examinadora

Prof. Marcelo Godoy
Orientador

Prof. Flor Marlene Enriquez Lopes
Examinador

Prof. Tatyanna Castro da Silva Braga
Examinador

Dedicatória

Dedico esta monografia a todos que pensam em como os veículos de comunicação estão integrados tendo uma visão no futuro em relação à junção de um ou mais meio de comunicação com a finalidade de se adequarem ao tempo e desenvolvimentos tecnológicos permitindo assim novas criações e inovações.

Para quem não consegue enxergar tais mudanças e possibilidades, espero que esta monografia, demonstre que esses processos existem e com isso possa demonstrar a essas pessoas como tudo isso é real.

Agradecimentos

O desenvolvimento de uma monografia é um rito de passagem muito importante na vida de um acadêmico, porque representa a formação para o mercado de trabalho com ferramentas para poder interferir no meio, no caso do curso de comunicação, em como passar da melhor forma possível as mensagens aos seus receptores.

Agradeço a oportunidade de ter uma base comunicóloga aos meus professores e a Instituição, contudo antes deles devo aos meus familiares a oportunidade que me deram e a confiança depositada em mim para poder conseguir alcançar essa base.

Não posso deixar de, em especial, agradecer ao meu orientador Marcelo Godoy o qual teve paciência de me ajudar e me inundou de informações para poder falar de um tema atual e que constantemente muda como a Internet.

É um prazer imensurável poder passar por esse rito e se sentir pronto para o mercado, bem como ter aprendido os conceitos da comunicação.

“Um dia percebemos que o
comum não nos atrai...”
Mário Quintana

RESUMO

Esta monografia tem como objetivo tratar da criação da televisão brasileira, mostrando as fases pelas quais durante a história a televisão passou, mostrando sua importância para a sociedade e de como as novas formas de publicidade foram geradas para acompanhar o desenvolvimento dos meios de comunicação. Em um segundo momento, será desenvolvido um estudo sobre a Internet, o qual mostrará a revolução causada na sociedade e na publicidade. Por fim, será apresentado um estudo de caso: o nascimento do YouTube e o seu desenvolvimento como uma divisão de águas em relação à Internet e a vida de todos, conseguindo assim, a novidade que uniu a televisão e Internet em um mesmo ambiente, o qual teve uma adesão ampla pela sociedade, justamente por ter um domínio público, isto é todos podem postar vídeos e vê-los gratuitamente.

Palavras-chave: Televisão, Internet e YouTube.

SUMÁRIO

Introdução	13
1. 1950 - Surgimento da TV.....	15
2. A Internet	17
3 Os outros veículos de comunicação na Internet	19
4 A revolução YouTube.....	21
4.1 Problemas do YouTube	22
5 O futuro das possibilidades proporcionadas pela Internet.....	23
6 Recomendações finais.....	24
7 Referências	25
7.1 Livros	25
7.2 Sites	25

Introdução

A televisão trouxe grandes avanços para a sociedade e em alguns anos conseguiu uma aceitação plena, dessa forma gerou uma revolução em termos de comunicação. Contudo, a evolução tecnológica continuou e produziu um outro meio para podermos nos comunicar, a Internet.

Tal meio, proporcionou a globalização, porque fez com que houvesse uma interação e uma facilidade de acesso as informações do mundo todo, praticamente em tempo real, dinamizando assim a troca de informação. Porém, a possibilidade de postar vídeos gratuitamente e os mesmos poderem ser vistos por todos, também de forma gratuita, não era esperada.

Ainda assim o meio digital não é muito aceito, pelas agências de comunicação, para o uso de propaganda por ser uma experiência nova o fluxo de informação e o poder que tal veículo de comunicação exerce perante a sociedade e como pode formar opinião.

Com isso, esse ensaio pretende historiar o surgimento da televisão no Brasil, mostrando as fases passadas e explicado-as, num segundo momento discorrendo sobre a criação da Internet e como esses dois meios de comunicação se juntaram em um mesmo local.

Um exemplo da junção dos dois veículos de comunicação é o YouTube, site que se pode postar e acessar um vídeo na Internet facilmente sem custos, existindo uma enorme procura diária dos usuários da rede, para tanto essa expansão está ligada ao uso de banda larga, o qual ainda tem poucos usuários no Brasil.

Por muitas vezes o YouTube é processado por deixar veicular cenas de filmes ou mesmo o filme na íntegra e, também, cenas de pessoas sem a devida autorização, isso faz com que seja necessária uma avaliação da viabilidade de sua existência. Ao passo que tem um acesso diário enorme, os valores de seus processos também o são.

A Internet ainda possui uma legislação própria para poder definir totalmente o que é legal ou não dentro da rede.

Para o desenvolvimento desse ensaio serão utilizados livros: História da Televisão Brasileira – Uma visão econômica, social e política, Evolução na Comunicação, do sílex ao silício e Mídia, imprensa e as novas tecnologias, como em sites os quais são confiáveis, uma vez que nem toda informação encontrada na Internet é verdadeira.

Utilizando os conceitos de Marconi e Lakatos (2003, p.183) em relação à pesquisa bibliográfica, a qual de acordo com esses autores é feita para colocar a pessoa que esta pesquisando em contato com tudo o que foi escrito sobre um determinado assunto, o qual esta sendo estudado pela mesma.

Existem vários tipos de pesquisas, como: a pesquisa documental, a descritiva, a bibliográfica, a experimental dentre outras, tal diferenciação existe porque é relativa a abordagem que é realizada com técnicas e enfoque documental.

Neste trabalho foi utilizada a pesquisa bibliográfica que, segundo Medeiros (2003 p.48):

“Pesquisa bibliográfica significa o levantamento da bibliografia referente ao assunto que se deseja estudar. A pesquisa bibliográfica apresenta quatro etapas: identificação, localização, compilação e fichamento.”

A identificação, cuida do recolhimento bibliográfico que existe a respeito do assunto em questão;

A localização, é a fase posterior ao levantamento bibliográfico e com isso a localização das obras específicas para conseguir as informações necessárias;

A compilação é caracteriza como a fase da obtenção e reunião do material desejado;

Já o fichamento é a transcrição dos dados em fichas, para posterior consulta e referência, dessa forma deve-se anotar os elementos essenciais ao trabalho.

Para Medeiros, a realização da pesquisa científica exige a utilização de métodos que são classificados em dedutivo e indutivo.

Este estudo utilizou-se do método dedutivo que, segundo o Medeiros, parte de enunciados gerais que se iniciam de um raciocínio para chegar a uma conclusão particular. Dessa forma concluímos que deduzir é inferir. A lei fundamental do raciocínio dedutivo é que a conclusão não pode ter extensão maior que as premissas.

1. 1950 - Surgimento da TV

A Televisão não surgiu de uma hora para outra, ela foi o resultado de uma evolução das pesquisas sobre eletricidade, fotografia, cinematografia e radiofonia do século XVIII e XIX.

Em 1883 foi quando a TV surgiu, contudo como um “telefonoscópio”, isto é a visão à distância em um filme de ficção científica. Cerca de um ano depois, a base da estrutura do aparelho televisiva foi formada e a partir de então foi se agregando as novas descobertas para finalmente em 1933 termos o aparelho de televisão totalmente eletrônico.

Após esse desenvolvimento do aparelho de TV ocorreu a constituição total do sistema industrial complexo com suas agências de informações e as grandes redes de Televisão, as quais se tornaram hoje Conglomerados de Comunicação.

Em relação ao Brasil a Televisão demorou um pouco mais para chegar, por volta dos anos 50 o senhor Assis Chateaubriand comprou o maquinário necessário para formar uma emissora, a TV Tupi Difusora, criada no Rio de Janeiro, contudo em um tempo que o meio de comunicação predominante, na sociedade brasileira, era o rádio a Televisão teve que seguir o modelo de programação usado pelas rádios. .

No Brasil, o desenvolvimento da TV pode ser dividido em seis partes, de acordo com Sergio Mattos (2000, p.78/79), da seguinte forma:

“elitista (de 1950-1964), populista (1964-1975), desenvolvimento tecnológico (1975-1985), transição e expansão internacional (1985-1990), globalização e Tv paga (1990-2000), e, por fim, convergência e qualidade digital (a partir de 2000)”.

A fase elitista é caracterizada pela existência de poucos aparelhos na sociedade brasileira, no início foram 200 aparelhos encomendados pelo próprio senhor Assis Chateaubriand para a divulgação do seu canal, os quais foram instalados em locais de grande circulação. Após isso, apenas quem era membro da elite brasileira tinha dinheiro para comprar um aparelho. Por apenas tais tipos de pessoas terem TV em casa, fez com que programas culturais fossem apresentados na maior parte do tempo.

A fim de aumentar o mercado de telespectadores decidiu-se não mais exibir os programas culturais e, com a abertura de uma fábrica de aparelhos televisivos no Brasil, fez com que em dois o número subisse de 200 para 11 mil.

Já no ano de 64, quando se inicia a segunda fase, os programas transmitidos são de cunho populista, por isso o nome dessa fase, em contra partida da fase pela qual o Brasil passava na política.

Mas foi justamente pelo regime ditatorial precisar de um veículo de comunicação que transmitisse suas ideologias e que mantivesse o total controle, que possibilitou um maior investimento em tecnologia e industrialização.

Com isso o preço do aparelho diminuiu consideravelmente, dessa forma foi dado acesso à massa de possuí-los em casa e também gerou um aumento no nível de profissionalismo técnico.

A terceira fase se dá pelo aprimoramento da qualidade do aparelho de TV, o qual agora já possui cor e definição melhor. Pela história política que o Brasil vivia na ocasião, as emissoras tiveram que produzir um número de programas nacionais maior que importados, logo isso ajudou no desenvolvimento da TV no Brasil, pois fez com que o nível dos programas nacional fosse tão bom quanto os importados.

Nessa fase ocorreu o fim da censura prévia do governo que manipulava as informações passadas para a sociedade.

Quando o regime ditatorial termina e começa a Nova República inicia-se também a quarta fase do desenvolvimento da TV no Brasil, a qual é caracterizada pela maturidade, que é alcançada pela criação de leis para regerem as emissoras e órgãos para fiscalizá-las, e em paralelo, pela corrida das grandes emissoras para o mercado estrangeiro afim de aumentar cada vez mais o seu faturamento.

Em seguida, a fase da globalização e da TV paga, a qual diz respeito a novas atitudes tomadas pelas emissoras tendo em vista os novos segmentos que o mercado apresentava. Adaptaram-se ao desenvolvimento global que a TV estava tendo isto é investiram na sua infra-estrutura e em tecnologia, para dessa forma terem condições de atender o novo mercado. Com isso, novas leis tiveram que ser criadas, pois um novo veículo de comunicação estava no ar, a TV paga.

O desenvolvimento tecnológico não parou pela TV via satélite ou cabo, ela se desenvolveu, até agora, à última fase que é a da convergência e da qualidade digital iniciada no ano de 2000 e sem previsão para se solidificar ou mesmo de ser suplantada por outra. Tal fase refere-se justamente a junção de tecnologias, TV e Internet, dessa

forma aumentou a interatividade das pessoas com o veículo de comunicação. Com isso, é esperado que o mercado exija uma segmentação cada vez maior em relação a essa junção precisamente pelo aumento da interatividade e a criação de uma aldeia global televisiva, sem fronteiras para se poder assistir.

2. A Internet

A Internet nasceu em 1969, na Guerra Fria, com a necessidade de ter comunicação entre setores da ARPA (Advanced Research and Projects Agency) e as bases militares, substituindo uma outra rede já existente, a qual possuía segurança muito fraca, uma vez que era necessário que todas as informações passassem por um computador central podendo ser atacado e, conseqüentemente, os E.U.A. perderiam toda a sua comunicação.

A nova rede criada foi chamada de ARPANET e era mais segura, já que não possuía um centro definido e nem uma rota única para a comunicação.

Com o fim da Guerra Fria essa rede ficou sem necessidade, por essa razão os militares liberaram o uso para os pesquisadores, os quais fizeram com que universidades, não apenas americanas, usassem-na para poderem se comunicar e pesquisar.

Com o tempo, a teia dessa rede cresceu de uma forma que já possuía milhões de pessoas conectadas mundialmente.

“Em síntese, a Internet é um conjunto de redes de computadores interligadas que tem em comum um conjunto de protocolos e serviços, de uma forma que os usuários conectados possam usufruir serviços de informação e comunicação de alcance mundial.” (Kellen Cristina Bogo, <http://kplus.cosmo.com.Br/matéria.asp?co=11&rv=Vivencia.>)

Com o passar do tempo e com essa abertura aos pesquisadores e posteriormente ao público, a rede foi se atualizando para conseguir suportar o número de usuários, que crescia de uma forma exponencial.

Por exemplo, o tipo de protocolo, que é a divisão da informação em pequenos pacotes a serem transmitidos de um computador para outro, teve de ser mudado, porque o que era usado anteriormente não suportava o fluxo de informação, então foi desenvolvido o TCP/IP, o qual é usado até hoje.

No Brasil a Internet foi chegar mais tarde, apenas em 1991, com a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia.

Em 1994, a EMBRATEL começa a fazer experiências para conhecer a Internet, o que levou um ano para enfim abrir a Internet ao público.

Nos dias atuais a Rede Nacional de Pesquisa continua sendo a espinha dorsal da Internet no Brasil, isto é representa o canal principal das informações transferidas de um computador a outro por esta rede.

A Internet depois ter conseguido atingir um número enorme de usuários e de disponibilizar informações em um nível global, supriu a maior necessidade da sociedade globalizada: a gana por informações.

Após a cultura da Internet ser aceita, novos conceitos vieram atrelados à ela, pois com esse novo veículo de comunicação a interação entre pessoas sem referência física já era uma realidade.

Outro fator que mudou foi a disposição de produtos e serviços, porque as empresas tiveram que se adequar disponibilizando informações sobre si próprias e sobre seus produtos e serviços, por exemplo criando site.

A criação de novos serviços também ocorreu, pois anterior a Internet a relação cliente – empresa era algo mais estático, não existia uma interação rápida, contudo agora existe o atendimento on-line ou mesmo atendimento via e-mail, dinamizando a relação e aumentando os meios de comunicação e cobrança do consumidor em relação à empresa.

De uma forma geral a Internet revolucionou os meios de comunicações, propiciando aos seus usuários uma interação com informações, numa quantidade nunca pensada anteriormente e de todo o mundo.

2 Os outros veículos de comunicação na Internet

Depois da chegada da Internet, os veículos de comunicação convencionais tiveram que se adequar ao novo meio, mesmo que nem todos na sociedade tenham acesso à Internet, é uma mídia em crescimento com milhões de usuários.

Os meios de comunicação gráficos, jornais e revistas, criaram seus meios digitais, isto é, jornais eletrônicos, como o correio web, e as revistas da mesma forma, para dessa forma tentarem estar atualizados sempre e poderem proporcionar aos seus clientes informações atuais constantes, contudo o uso do papel ainda é usado e não existe expectativa de que acabe brevemente.

Depois desses meios, o rádio se ambientou ao novo formato de mídia, disponibilizando estações do mundo todo pela Internet, no primeiro momento. Em seguida as músicas podiam ser baixadas indiscriminadamente, de uma forma ilegal e, com isso, a pirataria digital cresceu de uma forma gigantesca.

Novas empresas surgiram para suprir a necessidade dos novos serviços que a Internet gerou, como os profissionais para criarem sites, banners ou mesmo para gerenciarem como veicular propagandas da sua empresa na Internet.

Em um último momento, mas não menos importante, a Tv teve que se adequar ao meio digital, uma vez que a Internet possibilitou a reprodução de vídeos com qualidade.

Os canais de televisão têm disponibilizado vídeos com resumos de suas novelas, jornais, da sua programação em geral nos seus sites, já as empresas de filmes apenas permitem a reprodução de trailers ou parcialmente a reprodução de seus filmes.

Contudo, depois de alguns anos, surgiram vários sites dando acesso a quem quisesse gratuitamente a vídeos de todas as formas, isto é a pessoa filma o que quiser e depois coloca no site para que todos possam ver.

Dentre esses vários sites existentes o que mais se destaca, pelo menos no Brasil, é o YouTube (www.youtube.com) o qual dispõe de uma enormidade de filmes e processos, analisaremos tal questão posteriormente.

No meio da utilização para propaganda das empresas ainda existe muito receio quanto à utilização da Internet como uma ferramenta única de comunicação, pois é um veículo novo, se comparado aos outros.

A Internet ainda esta crescendo e amadurecendo, contudo o grau de desenvolvimento e os processos inovadores fazem com que Vinton Cerf, considerado um dos pais da Internet, afirme que em relação a ofertas de serviços disponíveis no meio on-line: "Já estamos vivendo uma fase de transição, em que a internet deixa de ser uma rede de conexão de dados e pessoas para tornar-se uma 'rede de todas as coisas'".

Tal afirmação nos dá a possibilidade de termos uma casa totalmente controlada digitalmente, da porta até os eletrodomésticos, além da pessoa poder apresentar seu problema no site da marca e ter a solução que deseja.

Vinton Cerf é o vice-diretor do Google, uma empresa que cresceu em poucos anos se tornando uma referência como site de busca, de acordo o grupo de mídia de São Paulo.

Top 10 do mundo

"Esta seleção é notável por indicar a marcha irresistível das marcas de internet, que já superam gigantes antes imbatíveis como Coca-Cola e Toyota. Na verdade, quatro das top 10 globais não têm qualquer presença física nos canais tradicionais de varejo", diz o Brandchannel.

Ranking	Marca
1	Google
2	Apple
3	YouTube
4	Wikipedia
5	Starbucks
6	Nokia
7	Skype
8	Ikea
9	Coca-Cola
10	Toyota

Um outro fator que se refere à união da TV com o meio digital é justamente a fusão de computadores com os aparelhos de TV, como afirma o presidente da Microsoft; Bill Gates que também com a evolução tecnológica constante a Internet irá cada vez mais ocupar o lugar da TV no tempo das pessoas, o que já acontece por causa do conteúdo de vídeos disponíveis na Internet ao público.

4 A revolução YouTube

No ano de 2005 dois sócios fundaram o YouTube, um site que permite a qualquer pessoa do mundo postar e acessar vídeos de todos os tipos. Tal idéia vingou com tanto sucesso na sociedade mundial, cerca de cem milhões de vídeos assistido diariamente, que fez com que a Google Inc. comprá-la pelo valor de US\$ 1,65 bilhão, com um lucro de 15 milhões no ano de 2006.

A aceitação do uso desse site pode ser considerada pela nova cultura de interação do usuário com a informação e também pelo formato que os vídeos são apresentados, já que não é preciso fazer o download do arquivo para sua máquina.

Para os concorrentes não ficarem atrás da revolução gerada por essa aceitação estão desenvolvendo novos sites com base na idéia do YouTube, por exemplo os fundadores do Skype preparam para junho de 2007 o lançamento da programação de TV do Joost, que tem uma plataforma de televisão pela internet a qual oferecerá programas de dezenas de canais de todo o mundo.

Os suecos Janus Friis e Niklas Zennström, que venderam o programa de telefonia pela internet à casa de leilões eBay por US\$ 2,6 bilhões em 2005, investiram os últimos dois anos no preparo deste novo projeto, que até agora era conhecido como projeto Veneza.

O Joost é um programa baixado da Internet e instalado no computador, com acesso a banda larga, para o usuário poder ter acesso aos vídeos que ele possui. Como ainda está em fase de teste, é necessário que o usuário receba um convite para ter acesso.

Já o YouTube é um site onde as pessoas tem acesso livre para postar e assistir o seu conteúdo.

Cinco companhias, entre elas o canal norte-americano CBS e a gigante de comunicação Viacom, proprietária do canal MTV, investiram US\$ 45 milhões na nova plataforma. A operação também teve a participação das sociedades de capital de risco Index Ventures e Sequoia Capital, além de Li Ka-shing, presidente do conglomerado tecnológico Hutchison Whampoa, de Hong Kong.

Tanto a Viacom como a CBS negociaram com o YouTube (do Google) para emitir seus programas nessa plataforma, mas as conversas não prosperaram. A Viacom também negociou no início deste ano com os gigantes da comunicação News Corporation e NBC Universal para lançar um serviço ao estilo do YouTube, mas a idéia não foi adiante devido a divergências.

O programa para usar o Joost poderá ser obtido gratuitamente e oferecerá programas de canais de todo o mundo, entre eles de música (como a MTV), de humor (Paramount) e de documentários da National Geographic (Fox), ou ainda de esportes.

Até o momento, a companhia fechou acordos com mais de 150 redes de língua inglesa e, atualmente, está em conversa com canais de televisão em espanhol. O novo programa oferecerá imagens de grande qualidade em tela cheia. Seus responsáveis não descartam incluir canais ao vivo no futuro, com essa estratégia visam não passar pelos processos milionários que o YouTube constantemente vem tendo por disponibilizar filmes com direitos autorais ou mesmo sobre invasão de privacidade.

4.1 Problemas do YouTube

O poder dado pelo YouTube, isto é qualquer pessoa tem o acesso para postar e ver os vídeos, causa alguns problemas, uma vez que o site não tem um controle em relação aos vídeos que são postados, relacionados a direitos autorais e também para pessoas que sentem a sua privacidade invadida.

Para se proteger de processos sobre direitos autorais o YouTube exclui os vídeos que são reclamados pelas gravadoras ou estúdios de cinema e está fazendo parcerias com empresas de mídia para dessa forma ter o direito de exibir seus vídeos.

Contudo, os processos não cessam sejam de pessoas ou empresas, o maior valor de um processo que o YouTube está sendo julgado é da Viacom, companhia de mídia americana e dona da MTV, que está processando o portal Google e YouTube em um tribunal federal dos Estados Unidos sob a alegação de "violação maciça e intencional de direitos autorais".

A companhia exige uma reparação de mais de US\$ 1 bilhão por causa da divulgação não autorizada de seus conteúdos. A Viacom detém os direitos autorais de mais de 160 mil clipes postados do YouTube e vistos mais de 1 bilhão de vezes.

Não é a primeira vez que as duas empresas se encontram na justiça, anteriormente a Viacom solicitou que o YouTube tirasse cerca de 100 mil clipes da sua lista de vídeos, o que foi atendido.

5 O futuro das possibilidades proporcionadas pela Internet

Podemos perceber como os meios de comunicação são interligados uns aos outros e a sua importância para a sociedade já é sabida a muito tempo por todos. Contudo a fase em que se encontra no momento é diferente das passadas, uma vez que a Internet possibilitou o acesso a um número de informação crescente, saciando a gana da sociedade globalizada.

Porém, ainda não se pode afirmar se o caminho pelo qual se esta enveredando é um caminho seguro e ideal, uma vez que nem todas as informações condizem com a realidade e as distorções têm uma capacidade maior de ocorrer.

Outra questão referente à Internet a ser discutida é justamente a utilização dela para veicular vídeos, como o caso do YouTube, ou poder baixar músicas gratuitamente.

Vários programas existiram para baixar músicas e sempre tentaram coibir o desenvolvimento e uso desses programas, mas ainda não existe uma legislação para a Internet em nenhum país.

Em relação a veiculação de vídeos é uma questão mais recente e mais complexa porque qualquer pessoa pode gravar e postar em site. Por não ter uma regra específica varias pessoas sentem sua privacidade invadida, gravadoras reclamam que seus filmes são passados e os sites não pagam os direitos autorais.

Enfim o desenvolvimento tecnológico não cessa e as oportunidades propiciadas por isso também não, mas ainda falta uma legislação para administrar o que ocorrer na rede mundial, contudo um outro tema deve ser pensado para que isso ocorra: como criar uma legislação em uma rede mundial que tem acesso a diferentes culturas, as quais possuem diferentes costumes e leis, sem interferir formalmente na sociedade.

6 Recomendações finais

Essa monografia é recomendada para pessoas que sejam comunicólogos e que estejam inseridas no meio digital, pensando como uma nova ferramenta da Comunicação o uso da Internet.

Pessoas que entendam o processo da Comunicação como um todo, isto é que a TV foi um divisor de águas e que o desenvolvimento, ainda inacabado, da Internet possa unir dois meios ou mais de comunicação no mesmo ambiente, como por exemplo no caso do YouTube.

Como a Internet ainda está em desenvolvimento há inúmeras possibilidades de como a TV incorporará na Internet, pois é fato que esse veículo de comunicação já esta se inserindo na meio digital.

Para o desenvolvimento do tema dessa monografia teve como base a análise tanto da TV como da Internet, essa última ainda em crescimento e por isso faz com que haja muitas informações novas diárias limitando assim o estudo sobre o que é a Internet.

Uma outra limitação que esse trabalho teve foi em relação ao estudo de caso do YouTube, porque é um site novo e com muitas variáveis ainda em aberto, como por exemplo a divisão de lucro para funcionários ou mesmo de como poder filtrar a postagem de vídeos para dessa forma acabar ou diminuir o número de processos contra a empresa.

7 Referências

7.1 Livros

Evolução na Comunicação, do sílex ao silício – sob a coordenação de Giovanni Giovannini; ensaios de Bárbara Giovannini...et.al.; tradução de Wilma Freitas, Ronald de Carvalho; revisão técnica de André Luiz Lazaro. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

História da Televisão brasileira – Uma visão econômica, social e política. Sergio Mattos. Petrópolis: Editora Vozes, 2ª edição, 2002.

Mídia, imprensa e as novas tecnologias – Beatriz Dornelles, organizadora. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

7.2 Sites

<http://kplus.cosmo.com.Br/matéria.asp?co=11&rv=Vivencia> (Kellen Cristina Bogo, graduada em Ciência da Computação.), visitado em 05/03/2007.

<http://criarweb.com/artigos/515.php>, visitado em 08/04/2007.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20164.shtml>, visitado em 15/04/2007.

http://www.portaldapropaganda.com/midia/grupo_midia/2004/09/0002, visitado em 20/04/2007.
www.oglobo.com.br, visitado em 25/04/2007.

<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL5738-6174,00.html>, visitado em 27/04/2007.

<http://g1.globo.com/Noticias/Negocios/0,,AA1486861-5600,00.html>, 13/03/2007 - 15h34m - Atualizado em 13/03/2007 - 15h40m, visitado em 14/04/2007.

<http://www.meioemensagem.com.br/novomm/br/index.jsp>, visitado em 05/04/2007.

<http://www.meioemensagem.com.br/novomm/br/Conteudo.jsp?origem=ultimas&IDconteudo=88287>, visitado em 29/04/2007.

<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL23387-6174,00.html>, visitado em 16/05/2007.

<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL30160-6174,00.html>, visitado em 14/05/2007.